行业期刊媒体融合发展思路探讨

摘　要：随着信息技术的发展和新媒体的冲击，传统纸质期刊面临着前所未有的冲击，品牌影响力和经济效益都严重下滑，行业期刊遭遇严峻挑战。如何突破困境，行业期刊大都把目标锁定在推动传统媒体转型、融合这条道路上。本文从行业期刊的特点、行业期刊面临的挑战和机遇、如何实现媒体融合等方面进行了探讨。

关键词：行业期刊；媒体融合；转型升级；新媒体
中图分类号：G237.5　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）11-034-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.11.004

文 / 张爱玲

我国期刊种类繁多，从 1978 年期刊 4000 种，到后来期刊种类逐年递增，2016 年期刊达 10084 种。其中，行业期刊在传播行业知识、技术，传播行业发展政策和法规，行业发展经验，提供行业发展咨询，推进行业国际交流，助推行业持续发展方面都发挥着重要的作用。由于信息技术发展和新媒体的冲击，行业期刊因其内容的专业性、受众的特定性和广告发行经营渠道的限制面临着严峻的挑战。行业期刊的融合发展是未来行业期刊突出重围的一个法宝，本文就新时期行业期刊融合发展面临的形势进行分析，探讨新时期行业期刊的融合发展的思路。

1. 行业期刊的内涵及新形势下面临的挑战

行业期刊主要是指以特定行业为依托，衍生至本行业或相关行业，以该行业内容为主，发行和经营渠道也依靠本行业，对行业发展和系统领域发展状况有很强依赖性的期刊。2014 年，国家新闻出版广电总局正式启动开展学术期刊认定工作，在认定工作过程中总结了行业期刊的四个特点：一是主办单位的特定性，多为行业主管部门及其下属事业单位、行业相关科研院所和行业学会协会、行业相关企业主办；二是内容的指向性，行业期刊多以特定行业的专业技术知识、理念创新、政策信息、工作经验交流、发展动向等为报道内容；三是读者的类型化，读者定位主要面向行业关联者，包括行业从业者、研究者、管理和服务对象等；四是发行渠道的局限性，多依赖行业和系统的渠道和资源，比起一味追求发行量的期刊，更注重在行业中品牌力、影响力的提升。

因此行业期刊并不等同于学术期刊，在论文发表等方面大部分行业期刊也没有学术期刊那么严格的要求，有的行业期刊甚至有新闻综合时政刊物的特点，也并不愿意将自己归为学术期刊。笔者所在的《中国安全生产》杂志，作为国家安全监管总局主管刊物，系国家安全监管总局信息研究院主办，其长期定位为安全生产领域的主流媒体，走安全生产新闻综合时政刊物之路，虽然也有一两个栏目定期刊发安全生产领域的高端权威论文，但主要功能定位还是一本具有服务和指导作用的综合类期刊，这一点与大多数部委或者行业协会的期刊功能一致，并不像学术期刊那样注重各种索引数据，本文探讨的也是这类行业期刊的媒体融合之路。

随着媒体信息技术发展，这类行业期刊也面临着前所未有的挑战。媒体信息技术的快速发展、自媒体信息发布渠道的畅通、受众阅读信息的主动性和选择性、行业面临新技术的挑战和发展都给行业期刊带来了很大的挑战。2016 年，行业期刊的发行和经营都受到一定程度的冲击，走媒体融合发展成为许多行业期刊选择的突围之路。国家在推进媒体融合力度的方面决心比较大，但是收效不大，主要原因是媒体融合的赢利点很难寻找，很少有通过新媒体实现盈利增收的模式。但也有一些行业期刊取得了很大的成效，如《汽车之友》《汽车》《博物》等期刊在媒体融合方面已经取得了很大的成绩，新媒体经济规模已经呈现出超过传统媒体经济规模的势头。

2. 行业期刊媒体融合首先立足于传统期刊本身

深耕主业，多元开拓，加快转型，融合发展。深耕主业，行业期刊推进媒体融合，离开了传统媒体，就成为无本之源，毕竟微博、公众号、客户端、用户定制服务都离不开传统期刊，离不开传统期刊的采编模式。期刊媒体的融合发展应以传统期刊为基础。从传统期刊到新媒体，再到新兴融合期刊，强调的都是传统期刊的根基，仅仅办数字化期刊不是媒体融合，引进新技术、创办数字化期刊，配以融合发展，才是传统期刊的真正转型升级。对于行业期刊来说，更是如此，行业、系统 、领域是行业期刊的生存之本，离开了行业、系统，行业期刊便是无本之源，行业期刊的融合发展都是在依赖传

统期刊的基础上的升级转型，拓宽的是行业期刊的传播渠道，是采编队伍把原来的传播内容进行打包升级，以更新、更快、更有效的传播方式传播出去。经验证明，与新媒体融合发展比较好的行业期刊，都没有抛弃传统期刊，都是在传统期刊基础上寻求融媒体发展新模式。如《汽车之友》杂志立足传统期刊本身，开发用户端，将最新购车咨询等车友急需的咨询优先在客户端和公众号第一时间发布，最后归纳整理在传统期刊刊发，虽然发布渠道先后顺序有所调整，但是发布内容仍以传统期刊为主。

3. 行业期刊媒体融合要建立在内容为王的基础之上

“内容为王”在新闻出版界一直是一条铁律，要做期刊品牌，要形成期刊核心影响力，传播“内容”是绕不过的坎。行业期刊生存发展，依赖的就是自己在行业、系统里的品牌影响力，离开了对本行业领域的传播内容的权威和主流地位，就很难发展。新媒体形势下，应更加注重内容的品质，因为信息技术的发展会让更多的信息发布者出现，而如何在众多的信息发布环境里取得新闻传播话语权，唯一的制胜利器就是传播内容。由于传统媒体多年的信息发布权威，行业期刊在行业系统内信息策划、采集、编辑、发布各个环节占尽先机，所以行业期刊一定要把住“内容为王”的阵地，不断提供满足读者多样化、个性化需求的内容产品，扩展渠道增加读者的参与度、关注度，把行业领域的受众的注意力牢牢吸引住。

相反，由于某些报刊没有把牢“内容”关，一味盲目发展新媒体，追求信息发布形式的多样化或者快捷，这些传统期刊的新媒体往往成为假新闻的重灾区，许多知名期刊或者名记者为了抢时间，仅仅打电话询问或者凭借以往对事件的印象或者看法就发出稿件。这样不仅期刊新媒体影响力受到读者质疑，传统期刊也因而受到更大的冲击和影响。

4. 行业期刊媒体融合要结合互联网公司的运营机制进行创新

行业期刊媒体的融合发展要结合互联网公司的运营机制。行业期刊往往隶属于国家机关事业单位或行业协会或科研机构，事业单位政府化管理特点比较明显，探索媒体融合发展，仅仅依靠一个期刊的编委会的班子成员或者热衷创新媒体融合的采编队伍运营，很难实现全面或者全盘推进。实际上，大部分行业期刊主要是应对新媒体技术发展形势需要，被迫匆忙上马新媒体项目，成立双微一网一端的新媒体架子，至于如何运营往往是一头雾水。行业期刊媒体融合是传统期刊的升级，就要充分学习借鉴互联网公司的运营和管理机制，形成全新的采编管理竞争体制。

在坚持党管媒体的前提下，行业期刊要探索市场化、公司化的新媒体管理模式，实现行业期刊传统期刊与新媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合。《今日头条》采用的是网络公司发展模式，管理灵活，能够很好地运用采编媒体技术和企业化管理的优势，实现快速发展。再比如自媒体公众号往往一两个人操作，运营模式灵活便捷，利用自己的内容服务相关行业企业，有的一家企业甚至投入二三百万广告额，比一两家期刊社盈利还多。

5. 行业期刊媒体融合要形成全员融媒体转型

行业期刊媒体的融合发展应以全员的融媒体化转型为保障。传统行业期刊在新媒体环境下受到了很大冲击，读者在这个过程中也发生了很大的变化，传统的采编模式必须要做到有所调整，才能真正实现媒体融合。媒体技术的改变，改变了内容的传播方式，使信息内容更加丰富多彩，音频、动画、视频等改变了单一的“文字＋图片”的传播方式，行业期刊的采编人员也要适应这种变化，学习新媒体技术，实现内容传播渠道多样化，适应读者需求。行业期刊在采编队伍的分布上也要有所调整，将采编骨干队伍向新媒体倾斜，确保新媒体采编内容质量跟得上技术发展速度。《中国国家地理》杂志旗下《博物》杂志新媒体发展经济规模已经超过传统媒体，由此《博物》杂志也作了采编队伍的重大调整，把采编骨干队伍从传统期刊调制新媒体采编部门，由此以来，保证了新媒体发展壮大的队伍需求，也实现了行业媒体采编人员的媒体转型。媒

参考文献

[1] 樊璇 . 融合新媒体　开创新天地——关于新媒体运营的几点思考 [J]. 中国广播，2008（12）.

[2] 杨国瑞 . 媒体融合“三五工作法”[J]. 中国出版，2017（6）.

[3] 刘镇 . 自媒体的扩张与挑战 [J]. 传媒观察，2007（2）.

（作者单位：国家安全生产监督管理总局信息研究院）